



PERKEMBANGAN SEKTOR KECAP DI PT. KILANG KECAP ANGSA MEDAN

Fiqri Haiqal¹, Pulung Sumantri², Muhammad Ricky Hardiyansyah³
Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan
Universitas Islam Sumatra Utara, Indonesia¹²³

fiqrih449@gmail.com¹, pulungsumantri@fkip.uisu.ac.id², mhd-ricky@fkip.uisu.ac.id³

Accepted: June, 29th 2025 Published: July, 11st 2025

Abstract

Penelitian ini menganalisis evolusi PT. Kilang Kecap Angsa di Medan dari tahun 1955 hingga 2023, yang merupakan salah satu produsen kecap tertua serta berpengaruh di Indonesia. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan historis dengan cara kualitatif, melalui pengumpulan data dokumentasi, observasi, dan wawancara dengan sejumlah narasumber dari dalam perusahaan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Kilang Kecap Angsa berhasil mempertahankan keberadaannya selama hampir tujuh puluh tahun dengan mengadaptasi strategi terhadap perubahan teknologi, preferensi konsumen, serta situasi ekonomi dan politik di tingkat nasional. Inovasi dalam proses produksi, pengelolaan limbah yang berkelanjutan, serta ekspansi ke pasar domestik dan luar negeri merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan perusahaan. Selain memberi kontribusi penting bagi perekonomian setempat, perusahaan ini juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya kuliner di Medan. Penelitian ini memberikan tambahan pada literatur sejarah industri makanan di Indonesia dan dapat berfungsi sebagai panduan bagi para pelaku industri sejenis.

Kata kunci : Industri, PT. Kilang Kecap Angsa, Perkembangan

How to Cite: Haiqal. F., Sumantri. P., Hardiyansyah. M. R (2025) Perkembangan Sektor Kecap Di PT. Kilang Kecap Angsa Medan . Puteri Hijau: Jurnal Pendidikan Sejarah (104-108)

*Corresponding author
fiqrih449@gmail.com

ISSN 2460-5786 (Print)
ISSN 2684-9607 (Online)

INTRODUCTION

Industri kecap di Indonesia memiliki peran krusial dalam sejarah kuliner dan perkembangan ekonomi setempat. Sebagai produk olahan kedelai yang telah ada selama berabad-abad, kecap bukan hanya sekedar pelengkap makanan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk identitas budaya masyarakat Indonesia, khususnya di daerah yang dipengaruhi komunitas Tionghoa. Salah satu produsen kecap dengan sejarah yang panjang dan kontribusi signifikan dalam industri ini adalah PT. Kilang Kecap Angsa yang didirikan di Medan pada tahun 1955 oleh seorang pengusaha Tionghoa bernama Eghin. Kilang Kecap Angsa mampu bertahan dan terus berkembang hampir selama tujuh dekade di tengah berbagai tantangan, seperti krisis ekonomi nasional, perubahan selera konsumen, tekanan dari pasar global, serta tuntutan akan keberlanjutan dan digitalisasi industri. Fenomena ini menunjukkan kebutuhan untuk mengkaji secara historis dan sistematis bagaimana industri tradisional dapat beradaptasi dengan perubahan sosial dan ekonomi yang cepat. Seperti yang dilakukan oleh Abdullah (2005) dalam Sejarah Industri Pangan Sumatera Utara, menyoroti pentingnya industri pangan lokal dalam mendukung perekonomian daerah. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik membahas strategi adaptasi perusahaan-perusahaan tradisional dalam jangka panjang. Sejarah industri tradisional seperti kecap tidak hanya menunjukkan perkembangan ekonomi, tetapi juga merupakan elemen dari kearifan lokal yang membentuk karakter masyarakat setempat. Seperti yang dikemukakan oleh Damanik et al. (2023), "kearifan lokal merupakan komponen krusial dari sejarah dan identitas suatu komunitas. Tanpa adanya upaya untuk melindunginya, kearifan lokal dapat hilang dan dilupakan oleh generasi mendatang." Oleh sebab itu, mempelajari sejarah PT. Kilang Kecap Angsa juga berarti mendokumentasikan aspek penting dari warisan budaya kuliner Kota Medan. Selain itu, penelitian seperti yang dilakukan Wardhana (2010) dalam jurnal pengelolaan limbah industri menekankan perlunya inovasi lingkungan tetapi belum menghubungkan praktik tersebut secara menyeluruh dengan keberlangsungan bisnis. Industri tradisional perlu tetap berlandaskan

pada budaya lokal. Dalam hal ini, keberadaan Kilang Kecap Angsa bukan hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai pelindung identitas budaya medan. Menurut Damanik et al. (2003), kearifan lokal merupakan elemen krusial dalam sejarah dan identitas masyarakat yang harus dilestarikan agar tidak punah akibat pengaruh globalisasi. Oleh karena itu, tulisan ini berusaha mengisi kekosongan dalam literatur dengan pendekatan historis yang lebih komprehensif.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan metode historis. Metode historis adalah cara atau metode riset yang diterapkan untuk meneliti, mengeksplorasi, dan membangun kembali peristiwa-peristiwa dari masa lalu dengan cara yang terstruktur dan netral untuk memahami pengaruhnya terhadap keadaan sekarang dan yang akan datang. Teknik ini tidak hanya menyajikan urutan peristiwa, tetapi juga mengkaji hubungan sebab-akibat serta makna sejarah dari suatu insiden atau kemajuan. Metode historis merupakan cara penelitian yang bertujuan untuk mengulang kembali kejadian-kejadian di masa lalu dengan cara yang terstruktur dan tanpa bias, sehingga dapat mengerti latar belakang, perkembangan, serta arti dari suatu kejadian. Dalam wilayah penelitian di PT Kilang Kecap Angsa, metode ini diterapkan untuk meneliti perjalanan perusahaan dari waktu ke waktu, termasuk perubahan dalam struktur, strategi bisnis, atau pengaruh dari kondisi politik dan ekonomi seperti yang terjadi pada era Orde Lama dan Orde Baru. Langkah-langkah dalam metode ini meliputi: heuristik, kritik terhadap sumber, interpretasi, dan historiografi (Kuntowijoyo, 2005). Penelitian ini dilaksanakan di PT. Kilang Kecap Angsa, yang terletak di Jl. Meranti No. 12, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian berlangsung dari bulan Agustus hingga November 2024.

RESULT AND DISCUSSION

PT. Kilang Kecap Angsa didirikan pada tahun 1955 oleh Eghin di Medan, berawal dari sebuah usaha rumahan. Produksi dilakukan dengan cara tradisional berdasarkan resep keluarga. Pabrik resmi mulai dibangun pada tahun 1972.

1. Perkembangan Produksi

- a. 1955–1980: Operasi berskala kecil, menggunakan peralatan tradisional, dan distribusi hanya di wilayah Medan.
- b. 1980–2000: Penggunaan teknologi semi-modern mulai diperkenalkan. Kapasitas produksi meningkat.
- c. 2000–2020: Pengembangan produk baru (kecap asin), perluasan pasar di tingkat nasional, serta penerapan kemasan modern.
- d. 2020–2023: Penekanan pada digitalisasi, penjualan daring, dan inovasi produk organik.

Adapun Tantangan yang Dihadapi Persaingan di pasar dari merek-merek nasional serta produk dengan harga lebih rendah, fluktuasi harga kedelai yang diimpor, peraturan tentang pangan dan lingkungan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen ke arah produk yang lebih sehat dan organik.

2. Strategi Adaptasi

- a. Modernisasi dalam proses produksi (mesin fermentasi, sistem daur ulang).
- b. Pemasaran melalui platform digital (Instagram, Tokopedia, Shopee).
- c. Sukses menciptakan produk ramah lingkungan dan penggunaan kemasan daur ulang.
- d. Mencari peluang ekspor ke negara tetangga. Dampak Sosial Ekonomi.
- e. Menyediakan lapangan pekerjaan untuk sekitar 50 orang.
- f. Menjadi simbol kuliner khas kota Medan. Memberikan kontribusi kepada UMKM melalui kerjasama pengadaan bahan baku lokal.

2. PEMBAHASAN

PT. Kilang Kecap Angsa merupakan contoh yang sangat baik dari kemampuan industri makanan tradisional untuk bertahan dan berkembang selama hampir tujuh puluh tahun. Berawal dari usaha kecil di rumah, kini perusahaan ini telah berkembang menjadi pabrik dengan distribusi di tingkat regional dan ekspor yang terbatas. Mereka tidak hanya mempertahankan tradisi kuliner, tetapi juga mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi, kebutuhan konsumen, serta aturan yang ditetapkan pemerintah.

Berdasarkan teori evolusi industri yang diungkapkan oleh Chandler (1990), kelangsungan suatu industri tergantung pada

kapabilitas organisasi untuk melakukan perubahan dalam struktur dan operasi sesuai dengan perubahan di

lingkungan eksternal. PT. Kilang Kecap Angsa memberikan contoh nyata dari kemampuan adaptasi ini. Mereka telah mengimplementasikan modernisasi dalam proses fermentasi, pengelolaan limbah yang ramah lingkungan, serta memperluas pasar melalui platform digital, yang sejalan dengan prinsip responsivitas organisasi yang dibahas oleh Daft (2010).

Dalam aspek pemasaran, penerapan prinsip Marketing Mix (4P) oleh Kotler dan Keller (2016)—produk, harga, distribusi, dan promosi sangat terlihat. Produk dikembangkan dengan mempertahankan cita rasa original, harga tetap bersaing, distribusi diperluas dengan metode digital, dan promosi dilakukan via media sosial.

Keberhasilan dalam menggabungkan warisan dan inovasi ini menunjukkan penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan perilaku konsumen saat ini.

Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003) juga mengungkap bagaimana perusahaan seperti PT. Kilang Kecap Angsa menyesuaikan diri dengan kemajuan. Inovasi dilakukan tidak hanya dalam produksi, tetapi juga dalam cara distribusi dan branding. Pengambilan keputusan untuk menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan memanfaatkan e-commerce pun menjadi bagian dari adopsi inovasi tersebut.

Dari perspektif ketahanan bisnis, perusahaan ini menunjukkan kapasitas untuk bertahan menghadapi berbagai tekanan, seperti krisis ekonomi tahun 1998, fluktuasi harga bahan baku, dan persaingan pasar. Ini sejalan dengan pandangan Luthans (2002) bahwa perusahaan yang resilien dapat membangun kemampuan untuk beradaptasi dalam jangka panjang sambil tetap mempertahankan nilai-nilai inti dari organisasinya.

Secara keseluruhan, keberhasilan PT. Kilang Kecap Angsa tidak hanya bergantung pada inovasi teknologinya, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami perubahan zaman dan mengimplementasikannya dalam strategi yang relevan, tanpa mengorbankan identitas budaya dan nilai-nilai sejarahnya. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu contoh industri pangan lokal yang berhasil

bertransformasi di tengah tantangan globalisasi.

CONCLUSION

Penelitian ini menganalisis secara rinci mengenai perjalanan dan kemajuan industri kecap tradisional di Indonesia melalui studi kasus PT. Kilang Kecap Angsa yang berlokasi di Medan. Sejak di dirikan pada tahun 1955 hingga tahun 2023, perusahaan ini telah menunjukkan kemampuan luar biasa dalam beradaptasi terhadap perubahan ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan.

Menjawab pertanyaan akademis yang diajukan, sejarah dari PT. Kilang Kecap Angsa menunjukkan bahwa kelangsungan industri tradisional mungkin tercapai apabila perusahaan memiliki strategi adaptasi yang sesuai. Perusahaan ini memulai kegiatan produksinya dengan metode yang sederhana dan tradisional, tetapi dengan tekad yang kuat untuk menjaga kualitas produk serta memenuhi permintaan konsumen lokal. Dengan semakin meningkatnya tantangan di pasar dan peraturan, perusahaan berhasil memodernisasi proses produksi tanpa mengesampingkan akar tradisional yang menjadi identitas produk mereka.

Dalam hal strategi, PT. Kilang Kecap Angsa menerapkan prinsip-prinsip pemasaran modern dengan pendekatan yang memfokuskan pada konsumen. Inovasi produk dilakukan dengan memanfaatkan bahan yang lebih sehat dan kemasan yang menarik, serta memanfaatkan platform digital untuk distribusi dan promosi. Pendekatan ini terbukti berhasil dalam menjangkau pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen lama. Secara historis dan teoritis, kesuksesan perusahaan ini menunjukkan bahwa industri tradisional tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga mengembangkan diri di tengah tekanan modernisasi. Ini sejalan dengan konsep ketahanan bisnis, difusi inovasi, dan evolusi industri yang menekankan pentingnya fleksibilitas dan keberanian untuk berinovasi. PT. Kilang Kecap Angsa menjadi contoh nyata bagaimana industri kecil dapat bertransformasi menjadi menengah yang kompetitif tanpa menghilangkan nilai-nilai historis dan budaya.

Dengan demikian, inti dari pembahasan

ini menunjukkan bahwa kelangsungan industri tradisional sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam memahami perubahan, mengelola sumber daya, menjaga kualitas, serta terbuka terhadap teknologi dan keberlanjutan. PT. Kilang Kecap Angsa menjadi contoh bahwa warisan lokal dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang relevan di zaman global, asalkan didukung oleh inovasi dan visi jangka panjang yang solid.

REFERENCE LIST

- Abdurachmat, F., & Maryani, E. (1997). *Geografi Ekonomi dan Sumber Daya*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Alqifari, M., & Sulaeman. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe di Desa Jelantik. *Jurnal Agribisnis Peternakan Indonesia*, 2(1).
- Chandler, A. D. (1990). *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*. Cambridge: Harvard University Press.
- Daft, R. L. (2010). *Organization Theory and Design*. South-Western Cengage Learning.
- Djojohadikusumo, S. (2004). *Perkembangan Ekonomi Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Fukushima, D. (2004). *Soy Sauce: History and Applications*. Tokyo: Asian Food Press.
- Gottschalk, L., & Hoigaard-Martin, L. (1986). *Understanding History: A Primer of Historical Method*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kaswinarni, F. (2007). *Kajian Teknis Pengolahan Limbah Padat dan Cair Industri Tahu*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuntowijoyo. (2005). *Pengantar Ilmu Sejarah*. Yogyakarta: Benteng Pustaka.
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H.-G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239–242.
- Luh, B. S. (1995). *Soybean Processing and Products*. Westport: AVI Publishing.
- Luthans, F. (2002). The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706.
- Mokyr, J. (2018). *The Enlightened Economy: An Economic History of Britain 1700–1850*.

- Yale University Press.
- Nicholson, W. (1995). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. Orlando: Dryden Press.
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2022). Edukasi Literasi Keuangan pada UMKM di Sentra Industri Tempe Sanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Kreatif*, 1(2).
- Perez, C. (2010). *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Damanik, R. J., Nababan, S. A., Sumantri, P., Hardiyansyah, M. R., Nugraha, M. A., & Azis, A. (2023). Implementasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Pembelajaran Sejarah Sumatera Utara di Prodi Pendidikan Sejarah Universitas Islam Sumatera Utara. *Islamic Education*, 3(1), 27–34.
- Roling, W. F., & Van Verseveld, H. W. (1996). Fermentation and Quality Control in Soy Sauce. *Microbial Ecology in Health and Disease*, 9(3), 121–132.
- Salim, E., & Carolina, E. (2001). *Ekonomi Indonesia Masa Depan*. Jakarta: Gramedia.
- Sayow, F., Polii, B. V. J., Tilaar, W., & Kojoh, A. (2020). Analisis Kandungan Limbah Industri Tahu dan Tempe. *Jurnal Ilmu Lingkungan Tropis*, 16(2).
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Sjamsuddin, H. (1996). *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sumaatmadja, N. (2008). *Geografi Industri*. Bandung: Alumni.
- Supardan, D. (2004). *Pendidikan Sejarah dalam Konteks Keindonesiaan*. Bandung: UPI Press.
- UNIDO. (2019). *Industrial Development Report*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization.
- wardhana, W. A. (2010). Pengelolaan Limbah Industri Tradisional: Studi Kasus Industri Kecap Lokal. *Jurnal Ekologi Industri*, 6(2), 117–130.
- Wibowo, A. (2021). *Inovasi dalam Industri Makanan: Strategi Produk dan Pasar di Era Digital*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.